

На правах рукописи

Зиннатуллин Альберт Ахнафович

**Организация товародвижения
на региональном рынке продовольственных
товаров**

Специальность: 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)

АВТОРЕФЕРАТ

Диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Ижевск 2005г.

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Удмуртский Государственный Университет»

Научный руководитель:

доктор экономических наук,
профессор **Матвеев В.В**

Официальные оппоненты:

доктор экономических наук,
Сутыгина А. И.
кандидат экономических наук,
Ахметзянов Б. И.

Ведущая организация:

Министерство экономики
Удмуртской Республики

Защита состоится «6» декабря 2005г. в 11 часов на заседании диссертационного совета ДМ 212.275.04 в ГОУ ВПО «Удмуртский Государственный Университет» по адресу: 426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 4, ауд. 431.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»

Автореферат разослан «3 » ноября 2005г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат экономических наук, профессор

Баскин А.С.

Актуальность темы исследования

Современное развитие экономических отношений подразумевает многократное усложнение хозяйственных операций, с которыми приходится сталкиваться самостоятельным хозяйствующим субъектам в процессе их текущей деятельности, возрастание конкуренции на всех товарных рынках. В таких условиях обеспечение экономического развития предприятия становится сложной задачей. Успех его функционирования все больше зависит от умения руководителя правильно оценить процессы, протекающие на рынке, динамику его развития, сформировать соответствующую действенную стратегию и эффективно реализовать ее на практике.

В настоящее время мы наблюдаем трансформацию отношений на некоторых товарных рынках: они меняют свою структуру, выделяются крупные игроки, которые начинают устанавливать жесткие условия взаимодействия с контрагентами, формировать единые системы товародвижения от производителя продукции до предприятий розничной торговли. От того, насколько успешно смогут адаптироваться региональные оптовые торговые организации к этим изменениям, будет во многом определяться дальнейшая динамика развития экономики региона.

Вышеназванные изменения выдвигают перед оптовыми торговыми предприятиями ряд задач, и, в первую очередь, по развитию систем товародвижения, соответствующих современным требованиям деловой среды. Рациональная оптимизация каналов товародвижения требует от руководителя глубокого понимания самой природы физического распределения товарной продукции, владения методическим аппаратом товародвижения и прикладным инструментарием управления товарными потоками. При этом перед управленцем стоит задача не только оперативного менеджмента процессов физического распределения, но и формирования эффективной стратегии в данной сфере деятельности предприятия. Следовательно, он также должен обладать знаниями в области маркетинга и логистики, уметь сочетать на практике различных методологические подходы.

Область исследования соответствует требованиям паспорта специальности ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика): 5.6. Локальные рынки, их формирование, функционирование и взаимодействие; межрегиональная торговля.

Степень научной разработанности проблемы.

Проблема эффективного товародвижения предприятия в России привлекла большое внимание практиков с начала экономических реформ, и с тех пор интерес к ней не угасает. В западных экономических школах данный вопрос получил теоретическую проработку на много раньше. Основы теории товародвижения были заложены в конце 60-х, начале 70-х гг. Первоначально данное направление рассматривалось как одна из функций

маркетинга. Такого подхода придерживались, например, К. Ланкастер и Л. Фельдман. Позже, вопросы товародвижения выделились в самостоятельный блок. Значительный вклад в создание теории товародвижения внесли П. Дракер, Б. МакКоммон, Р. Ливитт. Классическое определение товародвижения, которого придерживаются большинство современных ученых было сформулировано Ф.Котлером.

Отечественная школа менеджмента предприятий также затрагивала вопросы организации товародвижения, хотя и рассматривала их через призму плановой экономики. Среди авторов, уделяющих внимание вопросам физического распределения товарных потоков советских предприятий можно назвать К. Васеневу, Г.М. Демичева, К.В. Инютину.

В настоящее время изучению товародвижения уделяется гораздо больше внимания. Данной проблематикой активно занимаются такие ученые как А.У. Альбеков, Э.И. Арустамов, В.В. Дыбская, Д.Д. Костоглодов, И.И. Сергеев, В.П. Федько.

Тем не менее, необходимо признать, что в ряде аспектов, тем не менее, формирование теоретической базы отстает от развития практики товародвижения, достаточно ограниченным остается методологический инструментарий, доступный менеджерам предприятий на практике. Все это говорит о том, что вопросы организации эффективного товародвижения требуют дальнейшего изучения. Это, в первую очередь, негативно сказывается на экономических результатах деятельности предприятий.

Именно по этой причине нам бы хотелось рассмотреть способы организации системы товародвижения на предприятии, выявить факторы, в наибольшей степени определяющие успешность ее функционирования и разработать концепцию, реализация которой позволит повысить эффективность системы товародвижения на конкретном предприятии региона.

Целью диссертационной работы является изучение системы товародвижения оптового торгового предприятия и разработка концепции товародвижения данного предприятия с учетом развития регионального рынка, реализация, которой позволит повысить эффективность его хозяйственной деятельности.

В соответствии с целью данной работы нами были выделены следующие **задачи**:

- изучение природы товародвижения торгового предприятия;
- анализ методологической базы управления товародвижением торгового предприятия;
- изучение тенденций развития рынка пива в России;
- изучение трансформации товародвижения предприятий, специализирующихся на производстве и дистрибуции пива;
- определение динамики развития регионального рынка пива;

- анализ действующей системы товародвижения изучаемого объекта исследования;
- разработка концепции товародвижения оптового торгового предприятия на региональном рынке;
- оценка экономического результата оптимизации элемента системы товародвижения предприятия.

Объектом исследования является система товародвижения оптового торгового предприятия «Компания пивных услуг «Три толстяка».

Предметом исследования являются способы повышения эффективности управления товародвижением оптового торгового предприятия с учетом тенденций развития регионального рынка.

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области теории и практики управления системами товародвижения, научные разработки в смежных областях (маркетинга и логистики торговых организаций, транспортной логистики, менеджмента предприятий).

Эмпирическую базу исследования составляют статистические данные Госкомстата СССР, РФ и Комитета по статистике Удмуртской Республики, Министерства экономики и развития УР, официальные статистические материалы Союза российских пивоваров, данные официальной отчетности, образцы хозяйственных договоров и документов внутренней нормативной базы предприятий, функционирующих на рынке, данные бухгалтерского и управленческого учета Компании пивных услуг «Три толстяка», аналитические материалы специализированных отраслевых изданий, в том числе данные электронной рассылки информации.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- рассмотрена природа внешних и внутренних каналов физического распределения товарных потоков предприятия и доказана их общность. Это позволит более полно использовать инструментарий управления внешними по отношению к предприятию каналами;
- доказана необходимость активного менеджмента внешних каналов в процессе наблюдающейся в настоящее время их активной трансформации;
- проведен комплексный анализ развития регионального рынка пива: выявлены тенденции его развития; основные факторы, определяющие динамику; осуществлена оценка места, занимаемого региональными и крупными отечественными пивоваренными предприятиями в отраслевой системе товародвижения; выявлены локальные особенности потребительского спроса;
- проанализирована сформировавшаяся в настоящее время общая схема организации каналов физического распределения товарной про-

дукции в масштабах регионального рынка, ее место в структуре общероссийской системы товародвижения;

- раскрыты современные тенденции трансформации системы товародвижения на российском рынке пива, а именно: переход от интенсивного к избирательному распределению и реорганизация условий взаимодействия участников распределительных каналов. На основе этой информации разработаны оптимальные стратегии развития товародвижения республиканских торговых предприятий;

- выявлен наиболее эффективный способ физического распределения с учетом протекающих на рынке процессов. На его основе разработана концепция товародвижения оптового торгового предприятия с учетом развития регионального рынка и осуществлена прогнозная оценка экономического результата оптимизации элемента системы товародвижения.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что разработанная система товародвижения позволит руководителям оптовых торговых предприятий ознакомиться как с методикой разработки эффективных систем товародвижения, так и внедрить некоторые элементы предложенной концепции при ее адаптации к условиям хозяйствования конкретной организации.

Структура и объем диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка литературы и приложений. Содержание диссертационной работы изложено на 185 страницах и включает 23 рисунка и 13 таблиц.

Содержание работы.

Во введении обосновывается актуальность темы, определяются цели и задачи исследования, объект и предмет исследования, отображается научная новизна и практическая значимость работы.

Первая глава «Теоретические основы управления товародвижением предприятия» посвящается вопросам определения роли товародвижения в деятельности торговой организации и методологии построения каналов товародвижения.

Во второй главе «Характеристика современного состояния и возможные пути развития регионального рынка продовольственных товаров» мы провели анализ тенденций развития отечественного рынка пива и вызванные ими основные процессы трансформации системы товародвижения в масштабах всей отрасли. Далее мы рассмотрели региональные особенности пивного рынка, такие как специфику предложения местных производителей и структуру совокупного предложения на региональном рынке, особенности спроса и потребительских предпочтений населения. Это позволило нам выявить не только общую динамику роста продаж на региональном рынке, но и осуществить прогнозирование на перспективный период.

В третьей главе «Разработка концепции организации системы товародвижения торгового предприятия на региональном рынке» мы подробно изучили организацию каналов распределения объекта исследования и прохождения материальных потоков в системе товародвижения. Мы пришли к выводу, что проектирование эффективной системы товародвижения обеспечивается при помощи проработки трех уровней управления процессами распределения на предприятии: 1) стратегическое планирование движения товарных потоков предприятия; 2) оперативное планирование работы системы товародвижения; 3) регулирование и контроль движения товарных и информационных потоков в системе. В ходе практической части исследования нами были проработаны все три уровня управления и проведена предварительная оценка эффективности функционирования новой системы товародвижения. Значения полученной оценки позволили нам утверждать, что цели диссертационного исследования были успешно достигнуты.

В заключении обобщаются результаты проведенного диссертационного исследования, формулируются основные выводы.

Основные положения, выносимые на защиту

1. Рассмотрена природа внешних и внутренних каналов физического распределения товарных потоков предприятия и доказана их общность.

Товародвижение в целом включает следующие элементы: обработка заказов, транспортировка, получение, обработка и упаковка товаров, поддержание запасов, складирование, обслуживание сопутствующих информационных потоков, распределение и сбыт продукции. При этом, обеспечение комплексного управления всеми этапами для достижения общих целей деятельности предприятия строится на основании подхода, согласно которому все элементы деятельности предприятия представляют собой движение материальных, информационных и финансовых потоков по спроектированным каналам распределения. Поскольку управление физическим распределением товарных потоков во многом определяет эффективность функционирования всего предприятия, мы провели анализ общих концептуальных подходов к его организации. В настоящее время, весь методологический блок можно поделить на две составляющих: маркетинговые и логистические концепции. При этом, они кардинально отличаются друг от друга по базовым теоретическим положениям, и используют практические не перекликающийся инструментарий управления. По этому в рамках диссертационной работы мы обосновали единство природы каналов распределения, рассматриваемых в обоих методологических блоках, и на основании этого, доказали возможность создания единого комплексного

подхода к управлению товародвижением. Данное утверждение базируется на следующих ключевых положениях:

- каналы распределения вне зависимости от того, являются они внешними или внутренними по отношению к данному экономическому агенту, имеют одинаковую природу;
- степень контроля над внутренним каналом выше, чем над внешним;
- различные субъекты имеют различные степени контроля над целостной системой товародвижения, максимальный контроль над системой достигается в том случае, если все каналы системы являются для субъекта внутренними;
- управление системой товародвижения как единым целым является стратегической задачей в деятельности экономического субъекта;
- управление товародвижением осуществляется путем решения тактических задач в рамках внутренних каналов (одной из которой может быть и расширение каналов до масштабов всей системы);
- экономический субъект может трансформировать системы товародвижения путем выбора внешних каналов распределения;

2. Доказана необходимость активного менеджмента внешних каналов в процессе наблюдающейся в настоящее время их активной трансформации.

В современных условиях хозяйствования, самостоятельный экономический агент может управлять системой товародвижения в соответствии со стратегией собственного развития только при условии рассмотрения данной системы как единого целого и управления ею за счет решения тактических задач в рамках внутренних каналов распределения и выбора внешних каналов. Иными словами, он должен учитывать процессы, протекающие в его внешней среде, формировать собственную стратегию развития на основании поставленных целей и выявленных тенденций конъюнктуры рынка, реализация же стратегии будет достигаться за счет формирования действенной системы товародвижения, удовлетворяющей всем вышеперечисленным требованиям и обеспечивающей эффективность движения товарных потоков.

Анализ методологической базы позволил нам предложить комплексный подход к разработке концепции эффективного товародвижения. Мы считаем, что он заключается в осуществлении следующей последовательности шагов:

- четкое определение целевого рынка, его структуры и емкости каждого из сегментов;

- анализ ассортимента, оценка основных его параметров и выбор способов управления им, а также оценка комплекса услуг, предоставляемых покупателям и оценка эффективности их воздействия;
- оценка эффективности ценовой политики предприятия;
- разработка комплекса стимулирования продаж (включая рекламу, продвижение и коммуникации с аудиторией целевого рынка);
- разработка системы физического распределения товарных потоков.

Процесс разработки системы физического распределения представлен графически на рис. 1



Рис. 1. Модель планирования физического распределения коммерческого предприятия

Приведенная схема иллюстрирует следующее: разработка системы физического распределения осуществляется на трех последовательных уровнях:

Первый уровень включает:

- определение перспектив товародвижения торгового предприятия исходя из стратегии развития фирмы;
- разработку стратегии товародвижения;
- разработку логистической стратегии торгового предприятия как составной части общей стратегии товародвижения, (при этом учитываются ресурсные ограничения товародвижения, определенные общей стратегией развития, а также специфика среды хозяйствования предприятия (изучение запросов потребителей, предложений конкурентов, выявление свободных рыночных ниш и т.д.));
- разработка приоритетных задач физического распределения, детализирующих общую стратегию;

Второй уровень – оперативное планирование включает конкретизацию задач по звеньям логистической цепочки, а именно:

- планирование закупок на рынке, (включая разработку критериев выбора поставщиков, выбор способа сотрудничества с ними, создание адекватной юридической базы для обеспечения, данного сотрудничества);
- планирование работы транспортно-складских комплексов, включая разработку системы управления оборудованием, транспортом, складскими работниками и т.д.;
- планирование поставок товаров и оказания услуг потребителям, включая разработку системы комплексного обслуживания клиентов на основе результатов исследований запросов потребителей и предложений конкурентов.

Третий уровень – регулирование и контроль включает:

- организацию закупок товаров с учетом оптимизации хозяйственных связей с поставщиками и минимизацию транспортно-заготовительных расходов;
- организацию работы складов и транспортного парка с учетом минимизации уровня товарных запасов и минимизации затрат на их хранение;
- организацию продаж товаров потребителям с учетом максимально возможного удовлетворения спроса в товарах и услугах при минимально допустимых затратах фирмы;
- разработка системы контроля, позволяющая определять наилучший вариант организации функционирования логистической системы с учетом многоаспектности учитываемых параметров и осуществление постоянного мониторинга эффективности товародвижения. Обеспечение саморегуляции системы физического распределения за счет выявления при-

чинно-следственных связей ее изменения и корректировка параметров внутренних каналов.

Предложенная методика использовалась в дальнейшей разработке концепции товародвижения объекта исследования.

3. Проведен комплексный анализ развития регионального рынка пива; осуществлена оценка места региональных и крупных отечественных пивоваренных предприятий в отраслевой системе товародвижения.

Отправным этапом анализа стала оценка тенденций развития отечественного рынка пива и вызванные ими основные процессы трансформации системы товародвижения в масштабах всей отрасли. Далее мы рассмотрели региональные особенности пивного рынка, такие как специфику предложения местных производителей и структуру совокупного предложения на региональном рынке, особенности спроса и потребительских предпочтений населения.

Собранная информация легла в основу описания сформированной в регионе системе физического распределения продукции, роли и иерархии в ней местных торговых организаций и объекта исследования в частности, степени воздействия нерегиональных предприятий отрасли на управление товародвижением. Изучение перечисленных вопросов позволило нам получить следующие выводы:

Отечественная пивоваренная отрасль является одной из наиболее динамичных и успешных в национальной экономике. За период с 1997 по 2001 гг. средний годовой темп ее роста был равен 20 %. Постоянное увеличение объемов производства и потребления пива вызвали бурное развитие системы товародвижения данного продукта. При этом большая часть производственных компаний перешли в собственность крупным транснациональным холдингам, а сам рынок трансформировался в олигополистическую структуру.

В настоящее время рынок пива в России перешел в фазу насыщения. Его стабилизация послужила причиной изменения основных подходов к управлению товародвижением и на современном этапе развития товаропроводящих систем наибольшее значение для крупных производителей приобретает проектирование крупных сбытовых каналов с высоким уровнем координации его участников.

Региональный рынок можно охарактеризовать следующим образом:

- производство пива в регионе осуществляют 5 предприятий: ООО «Гамбринус» (г.Ижевск), ЗАО «Пивзавод» (г. Ижевск), ЗАО «Сарапульский дрожжепивзавод» (г. Сарапул), ОАО «Воткинский пивзавод» (г. Воткинск) и ОАО ЛВЗ «Глазовский» (г. Глазов);

-местные производители специализируются на выпуске пива с традиционным вкусом, который отличает четко выраженная хмелевая горечь. При этом местные марки являются самыми дешевыми на региональном рынке (их цена за литр не превышает 14 рублей.) Следует отметить, что качество пива, произведенного в республике, существенно уступает известным российским маркам.

-показатели совокупного объема производства местных предприятий в настоящее время находится практически в статичном состоянии: объемы производства колеблются в пределах 2150 тыс. дал. в год, при среднем показателе прироста выпуска 2,79 %;

-потребление пива в регионе в настоящее время находится в фазе активного роста (средний показатель прироста за 2000-2003гг. составил 18 %);

-все это свидетельствует о сокращении доли потребления местной продукции и увеличение доли крупных отечественных пивзаводов на региональном рынке. Об этом же говорит и тот факт, что в 2003г. только 40,5 % потребленной в республике продукции было изготовлено на ее территории;

-в связи с низкой покупательной способностью населения наибольшим удельным весом на данном рынке обладает нижний ценовой сегмент (т.е. марки пива, цена которых не превышает 13 рублей за стеклянную бутылку 0,5 л.), также региональный пивной рынок отличается повышенной ценовой дифференциацией по стране происхождения пива и его марке;

-рыночная ниша дешевого пива достаточно прочно контролируется местными производителями. В то же самое время их продукция практически полностью отсутствует в прочих ценовых сегментах, где наибольшим влияние обладают марки крупнейших отечественных производителей;

-поскольку потребление пива в абсолютном выражении и предпочтение конкретных марок зависят от уровня дохода населения, то предвидя рост благосостояния жителей Удмуртии мы прогнозируем постепенное сокращении нижнего ценового сегмента и расширение потребления более дорогого пива.

На основании результатов исследования регионального рынка мы пришли к выводу, что в настоящее время организация движения товарных потоков претерпевает существенные изменения: увеличивается значение нерегиональных игроков и их роль в управлении физическим распределением продукции.

4. Раскрыты современные тенденции трансформации системы товародвижения на российском рынке пива.

Анализ деловой среды на рынке пива выявил, что в настоящее время она входит в начальную стадию трансформации. До последнего времени,

сотрудничество между различными участниками товародвижения осуществлялось на основе полной экономической самостоятельности. Как следствие, построение каналов товародвижения носило спонтанный, несистематический характер. Насыщение рынка пива и усиление конкуренции между крупными производителями пива привели к тому, что подход к управлению товародвижением начинает меняться. Крупные заводы-изготовители стремятся повысить координацию процесса сбыта их продукции. В результате, они проводят разделение торговых компаний на дилерские и оптовые. Дилеры получают возможность прямого сотрудничества и льготные условия поставки, но при этом должны выполнять ряд договорных условий (таких как систематическая закупка партий продукции с определенным минимальным размером, предоставление типовой отчетности, поддержание ценовой стратегии производителя). Далее, дилеры осуществляют дистрибуцию по трем направлениям – мелким оптовым компаниям, предприятиям общественного питания и розничным торговым организациям.

5. Проанализирована общая схема организации каналов физического распределения товарной продукции в масштабах регионального рынка, ее место в структуре общероссийской системы товародвижения.

Графически, товаропроводящую систему в регионе можно представить следующим образом (см. рис. 2).

Ее трансформация заключается в концентрации товарных потоков через каналы товародвижения дилеров, и, соответственно, более упорядоченном движении товаров по всей цепочке.

В настоящее время в республике можно выделить 5 дилеров, одним из которых является «Компания пивных услуг «Три толстяка».

Она контролирует около одной трети регионального рынка пива. Мы считаем, что дальнейший успех деятельности компании зависит от того, насколько она сможет закрепить свое положение в новой системе товародвижения.

Решение обозначенной задачи выдвигает новые требования к организации деятельности предприятия:

- в первую очередь, оно должно будет четко позиционировать себя как участника - структурного элемента целостной логистической системы пивоваренных заводов;
- компания должна суметь предложить услуги в области товародвижения высокого уровня качества. Иными словами, компания должна эффективно осуществлять транспортировку, хранение и дальнейшее продвижение продукции в систему розничной торговли региона;

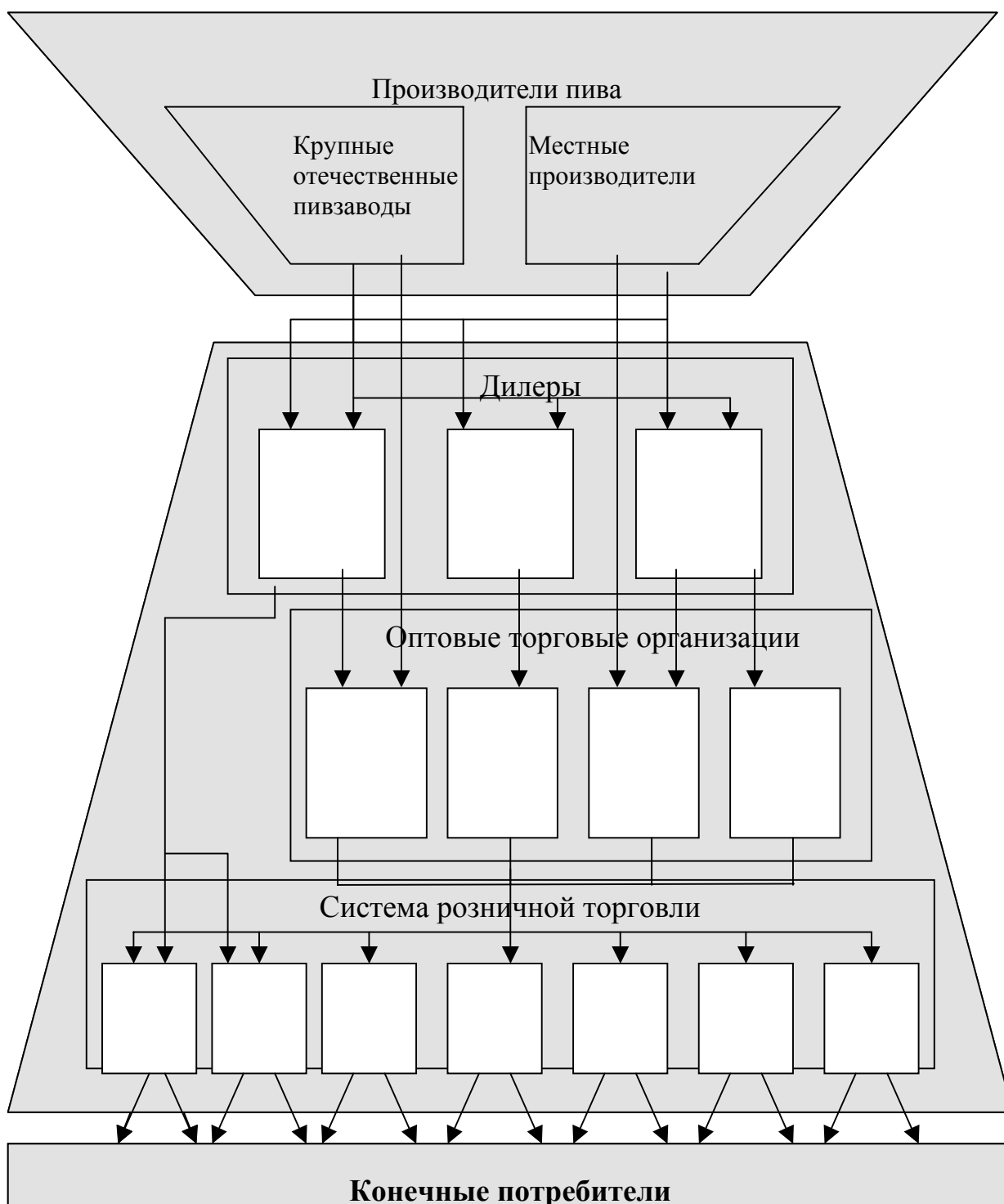


Рис. 2. Система товародвижения пива на рынке
Удмуртской республики

- еще одним обязательным требованием, которому должно соответствовать предприятие, активно формирующее логистическую цепочку, это четкое и надлежащее выполнение договорных условий. Данный момент

требует высокого уровня взаимодействия всех его подразделений и надежной работы его партнеров;

- в связи с вышесказанным у предприятия возникает необходимость определения товаропроводящего потенциала его каналов распределения и их оптимизация;

Все полученные нами выводы относительно принципов формирования стратегии товародвижения предприятия были учтены при разработке концепции его товародвижения.

6. Разработана концепция товародвижения оптового торгового предприятия с учетом развития регионального рынка и осуществлена прогнозная оценка экономического результата оптимизации элемента системы товародвижения

Для решения поставлено задачи нам потребовалось изучить организацию каналов распределения объекта исследования и прохождения материальных потоков в системе товародвижения. Действующая система товародвижения предприятия состоит из нескольких подсистем:

- система закупок продукции с заводов-изготовителей и нерегистрационных дилеров, формирование товарных запасов и складирование;
- продвижение продукции через региональных субдилеров;
- реализация продукции в складах-магазинах;
- реализация продукции через предприятия розничной торговли, общественного питания и собственную розничную сеть.

Далее мы разработали оптимизированную систему товародвижения. Ее формирование включало три этапа:

- стратегическое планирование движения товарных потоков предприятия;
- оперативное планирование работы системы товародвижения;
- регулирование и контроль движения товарных и информационных потоков в системе.

На первом этапе мы обозначили основные моменты общей стратегии развития предприятия и разработали стратегию товародвижения. Учитывая особенности взаимодействия компании с его основными контрагентами, мы пришли к выводу, что максимально эффективной будет система дистрибуции на базе логистической концепции «точно в срок».

На втором этапе мы осуществили оптимизацию современного алгоритма обработки и выполнения заказов на основе принципов логистической концепции.

Анализируя динамику товарооборота в подсистемах распределения, мы пришли к выводу, что наибольший интерес для компании представляет третье направление – продвижение через систему розничной торговли. Это объясняется тем, что данный канал распределения обеспечивает получение

60 % валового дохода, и обладает наиболее высокими показателями темпов годового прироста продаж. По этому, наибольшее внимание мы уделили процессу оптимизации товародвижения в рамках данной подсистемы. В первую очередь нами было подробно изучено алгоритм прохождения всех первичных логистических активностей в процессе физического распределения продукции и составлена хронологическая схема движения материальных потоков. Их анализ позволил нам выявить те моменты, которые ограничивают пропускной потенциал системы и снижают эффективность транспортировки.

Четкая координация движения материальных потоков и процедур взаимодействия предприятия с контрагентами обуславливает необходимость разработки новой системы контроля. Ее основной задачей является мониторинг времени прохождения этапов физического распределения в режиме реального времени. Систему контроля мы предложили осуществить при помощи разработки программного обеспечения и автоматизации процессов управления информационными потоками в системе товародвижения. Заключительным этапом диссертационного исследования стало определение прогнозной оценки экономического результата функционирования элемента оптимизированной системы товародвижения.

Мы пришли к выводу, что разработанный нами вариант организации физического распределения обладает двумя наиболее важными преимуществами: во-первых, он позволяет увеличить потенциал каналов распределения в подсистеме розничной торговли, во-вторых, сокращает издержки товародвижения. Прогнозные оценки выявляют, что практическая реализация разработанной концепции позволит сократить транспортные расходы на выполнение заказа одного предприятия розничной торговли на 38,3 %, нетто-себестоимость выполнения заказа на 7,13 % и увеличить объем реализации на рубль затрат физического распределения на 7,67 %.

В качестве заключительных положений мы хотели бы привести следующее:

- управление товародвижением оптового торгового предприятия является одним из ключевых факторов обеспечения эффективности его хозяйственной деятельности и конкурентоспособности на развивающемся рынке, по этому формирование концепции эффективного товародвижения предприятия должна осуществляться в соответствии с общей стратегией его развития и иметь комплексный характер, охватывающей все звенья цепи товародвижения;

- наиболее распространенным способом оптимизации каналов распределения является разделение системы товародвижения на элементы и минимизации издержек обращения в рамках элементов, имеющих максимальный удельный вес в общем составе затрат (транспортировке, хранению и контактам с потребителями). Зачастую это создает противоречие между целями деятельности предприятия и целями его системы товародвижения, поскольку в наименьшей степени способствует повышению

уровня удовлетворения потребностей покупателей как основного ориентира в деятельности торгового предприятия. Снять это противоречие можно при помощи комплексного управления на основании подхода, согласно которому все элементы деятельности предприятия представляют собой движение материальных, информационных и финансовых потоков по спроектированным каналам распределения;

- проектирование эффективной системы товародвижения обеспечивается при помощи проработки трех уровней управления процессами распределения на предприятии:

- стратегическое планирование движения товарных потоков предприятия;

- оперативное планирование работы системы товародвижения;

- регулирование и контроль движения товарных и информационных потоков в системе;

- разработка действенной системы товародвижения невозможна без анализа конъюнктуры внешней среды и прогнозирования ее изменения. Построение схемы текущего взаимодействия субъектов регионально-продовольственного рынка и алгоритма ее трансформации должны быть учтены при стратегическом планировании движения товарных потоков предприятия. На этапе оперативного планирования требуется анализ и выбор наиболее приемлемой логистического подхода, завершающий этап разработки концепции требует создания программы реализации данного подхода и необходимой логистической инфраструктуры.

НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

- 1) Зиннатуллин А.А. Трансформация современного подхода к управлению товародвижением торгового предприятия // Проблемы региональной экономики. Ижевск: Изд-во УдГУ, 2003. №5-6. С. 209 – 217.
- 2) Зиннатуллин А.А. Тенденции развития пивоваренной отрасли в России и Удмуртской республике // Вестн. Удм. Ун-та. Сер. экономика. Ижевск: Изд-во УдГУ, 2004. № 3. С. 157 – 164.
- 3) Зиннатуллин А.А. Трансформация отношений в системе товародвижения на рынке пива Удмуртской республики // Менеджмент: теория и практика. Ижевск: Изд-во УдГУ, 2004. №1-2. С.102-110.
- 4) Зиннатуллин А.А. Анализ факторов конкурентоспособности оптовой торговой организации на региональном рынке пива // Вест. Удм. ун-та. Серия экономика. Ижевск. Изд-во УдГУ, 2005. № 3. С. 61 – 64.
- 5) Зиннатуллин А.А. Принципы построения эффективной системы товародвижения оптового торгового предприятия // Оптовая и розничная торговля: современное состояние и перспективы развития: Сб. тезисов Всерос. науч.-практ. конф. Ижевск: Институт экономики и управления УдГУ, 2005. С. 83 – 88.